УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

ФАКУЛТЕТ „ИКОНОМИКА НА ИНФРАСТРУКТУРАТА“

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА“

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИ ПУБЛИКАЦИИ

на

ас. д-р Светослав Ангелов Ангелов

Кандидат в конкурс за заемане на академична длъжност „главен асистент“

по професионално направление 3.8. Икономика,

научна специалност „Икономика и управление (търговия)“,

обнародван в ДВ, бр. 71 от 07.08.2026 г.

гр. София, 2026 г.

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

FACULTY „ECONOMICS OF INFRASTRUCTURE “

DEPARTMENT „ECONOMICS OF TRADE“

ABSTRACTS OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS

of

assist. prof. Svetoslav Angelov Angelov, PhD

Candidate for the academic position of "Chief Assistant Professor"
in professional field 3.8. Economics,
scientific specialty "Economics and Management (Trade)",
promulgated in SG, issue 71 from 07.08.2026

Sofia, 2026

Статии и студии, индексирани в други международни бази данни с научна информация, публикувани в научни списания:

1. **Ангелов, С. (2024). Проект мениджмънт - оптимален подход при диверсифициране в търговския бизнес и пазара на недвижимите имоти. Недвижими имоти и бизнес, 8(1), 34-41.**
   https://realestatejournal-bg.org/arhiv/2024/tom-8-1/32-balgarski/arhiv/tom-3-3/435-tom-8-1-4 [7191]
   https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=1b056f4c-c2f7-3370-ae68-f902c1730511
   https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1255254

Резюме: Тази статия разглежда сложната среда, в която търговските организации и бизнесът с недвижими имоти трябва да се развиват днес. Тя описва някои от трудностите, които съпътстват търговския бизнес и пазара на недвижими имоти, в състояние на възстановяване на отношенията в пост-COVID среда и избухнали международни конфликти. Диверсификацията се разглежда като една от възможните стратегии за растеж. Акцентът е поставен върху възможността, чрез методите на управление на проекти, да се създадат оптимални условия за проучване, разбиране, развитие и диверсификация на търговския бизнес и предложенията на пазара на недвижими имоти.

Ключови думи: управление на проекти; недвижими имоти; диверсификация; търговска организация

Abstract: This article examines the complex environment in which commercial organizations and the real estate business have to develop today. It describes some of the difficulties that now accompany the commercial business and real estate market, in the state of recovering relations in a post-COVID environment and international conflicts have erupted. Diversification is considered as one of the possible growth strategies. Emphasis is placed on the possibility, through the methods of Project Management, to create optimal conditions for research, understanding, development and diversification of the commercial business and the offers on the real estate market
Key words: project management; real estate; diversification; commercial organisation

2. **Ангелов, С. & Барес, А. (2024). Стратегически алтернативи пред независимите търговски обекти за бързооборотни стоки.** Научни трудове на УНСС, (5), 107-126. https://unwe-research-papers.org/bg/journalissues/article/11648 [7104]
   https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1320749

Резюме

Традиционните търговци на бързооборотни продукти, наричани още независими търговци, се изправят пред сериозни затруднения в работата си, основно предизвикани от силната

експанзия на представителите на модерната търговия. Целта на студията е по-доброто разбиране на причините за това, както и изясняване на възможностите пред тях за по-добро представяне и за предефиниране на търговското им предложение. В студията се използват статистически данни от НСИ, преглед на литература, разглеждаща формирането на различни конкурентни предимства, практически наблюдения и анализи на ИПИ. Разглежда се само търговия с физически обекти, като методът включва експертен анализ, теоретичен синтез, графичен метод и наблюдения от търговската практика. Основните изводи са, че независимите търговци имат различни алтернативи за предефиниране на пазарното си присъствие, като приложат една или повече от посочените насоки.

Ключови думи: модерна търговия, традиционна търговия, независим търговец, стратегия, бързооборотни стоки

Abstract: Traditional traders of fast-moving consumer goods, also called independent traders, are facing opportunities before them for better performance and for redefining their commercial offer. The study uses statistical data from the National Statistics Institute, a review of literature examining the formation of various competitive advantages, practical observations and analyses of IME. Only trade with physical objects is considered, and the method is expert analysis, theoretical synthesis, graphical method and observations from commercial practice. The main conclusions are that independent traders have different alternatives for redefining their market presence by applying one or more of the indicated guidelines.

Key words: modern trade, traditional trade, independent trader, strategy, fast-moving consumer goods

3. **Ангелов, С. (2025). Предизвикателства при приобщаването на новопридобити търговски обекти към действаща верига магазини за бързооборотни продукти. Недвижими имоти & Бизнес, 9(4), 202-209.** https://www.realestatejournal-bg.org/arhiv/2025/tom-9-4/32-balgarski/arhiv/tom-3-3/537-tom-9-4-4
   [9969]
   https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=84f14acb-932e-312b-8f44-aa1282342f63
   https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1404045

Резюме: Ключовите ползи от разширяването в сектора на бързооборотните стоки (FMCG) включват достъп до нови клиентски бази, намалена пазарна зависимост от специфични региони или развитие на конкурентите, повишена разпознаваемост на марката и подобрени икономии от мащаба. Успешното интегриране на новопридобити магазини изисква структуриран подход за преодоляване на препятствия като унифициране на софтуерни системи, логистични адаптации, оценки на недвижими имоти, стандарти за обслужване и

унифициране на мърчандайзинга и оформлението на магазините. Един от най-сложните и продължаващи аспекти е съгласуването на корпоративната култура, оперативните стандарти и управлението на работната сила. Проучването също така подчертава значението на предварителната проверка преди придобиване, като се вземат предвид финансовите резултати, конкурентното позициониране и правните фактори. Освен това се обсъжда ролята на дигитализацията, автоматизацията и дейностите след придобиването за повишаване на ефективността. Устойчивият растеж в търговията на дребно изисква добре планирана и подкрепена с ресурси стратегия, където разширяването не е просто амбиция, а основен стълб на дългосрочния успех.

Ключови думи: разширяване; търговия на дребно; FMCG, процес; местоположение; логистика; верига магазини

Abstract: Key benefits of expansion in FMCG include access to new customer bases, reduced market dependency on specific regions or competitor development, increased brand recognition and improved economies of scale. Successful integration of newly acquired stores requires a structured approach to overcome obstacles such as software system unification, logistical adaptations, real estate assessments, service standards and the unification of merchandising and store layouts. One of the most complex and further ongoing aspects is aligning corporate culture, operational standards and workforce management. The study also highlights the importance of pre-acquisition due diligence, considering financial performance, competitive positioning and legal factors. Additionally, it discusses the role of digitalization, automation and after acquisition activities in enhancing efficiency. Sustainable growth in retail requires a well-planned and resource-backed strategy, where expansion is not just an ambition but an essential pillar of long-term success.

Key words: expansion; retail; FMCG, process; location; logistic; store chain

Доклади, публикувани в сборници от научни конференции:

1. **Ангелов, С. (2020). Конкурентоспособност и иновации в търговията. Инфраструктура & Комуникации, 9 (15), 127-131. [7500]** https://faculties.unwe.bg/Uploads/Infra/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%209,%20%D0%BD%D0%BE%D0%B5%D0%BC%D0%B2%D1%80%D0%B8%202020,%20%D0%BA%D0%BD.%2015.pdf

Резюме. Настоящото изложение има за цел да представи нарастващото значение на внедряването на иновации в търговията с бързооборотни стоки. Разглеждат се конкретни нововъведения, доказали своята ефективност. Постоянно увеличаващата се конкуренция между търговците на бързооборотни стоки изисква от тях оптимизиране на рутинно

повтарящите се операции в търговския процес. Оптимизирането на работни процеси, автоматизирането на операциите, елиминирането на грешките, допускани в процеса на оперативната работа, допринасят за оптимална разходна структура и съответно по-висококонкурентен продукт.

Ключови думи: конкурентоспособност, иновации, FMCG – (fast moving consumer goods) – бързооборотни стоки; CRM – Customer Relationship Management

Abstract. The purpose of this scientific report is to present the increasing importance of implementing innovations at the FMCG industry. At the report are mentioned the most common innovations at FMCG, which proved increasing of the efficiency. The permanent increase of the competition between the traders demands from their side to make any effort in optimizing routines at the operational process. The optimization of work processes and eliminating human-factor mistakes makes the trader cost efficient and more competitive.

Keywords: competition, innovations, FMCG, efficiency, CRM.

2. **"Иновации, предприемачество и дигитална трансформация в търговията с бързооборотни стоки" ISSN 2815-2719**

   https://karti.unwe.bg/upload/bf9aa7a3-89ef-43c3-9112-5be44a80261f.pdf

Резюме: Търговията с бързооборотни стоки (FMCG) е един от най-динамичните и конкурентни сектори както в глобалната икономика, така и у нас. В България, тази сфера на търговски отношения се интензифицира особено силно с навлизането на българския пазар на чуждестранните продукти и ноу-хау. В този до скоро «аналогов сектор», успешното внедряване на дигитални технологии и автоматизиращи системи проправя пътя към по-висока ефективност, по-висока клиентска удовлетвореност и по-ефективно управление. Инвестициите в дигитализиране на търговията на дребно по продължение на целия път на стоката – от производител до потребител, водят до ефективни промени в начина, по който дистрибуторите и търговците управляват своите процеси и взаимодействат както помежду си, така и с крайните клиенти. Дигиталната трансформация е неотменима, тя се превърна в ключов фактор за повишаване на ефективността, устойчивостта и конкурентоспособността на търговските организации.

Ключови думи: иновации, дигитализация, търговия, бързооборотни продукти, ефективност.

Summary: Trade in fast-moving consumer goods (FMCG) is one of the most dynamic and competitive sectors both in the global economy and in our country. In Bulgaria, this sphere of trade relations is intensifying particularly strongly with the entry of foreign products and know-how into the Bulgarian market. In this until recently "analog sector", the successful implementation of digital technologies and automation systems pave the way to higher efficiency, higher customer

satisfaction and more effective management. Investments in the digitalization of retail trade along the entire path of the product - from producer to consumer, lead to effective changes in the way distributors and traders manage their processes and interact both with each other and with end customers. Digital transformation is irreversible, it has become a key factor for increasing the efficiency, sustainability and competitiveness of commercial organizations.

Keywords: innovation, digitalization, trade, fast-moving products, efficiency

3. **Ангелов, С. (2025). Технологии в управлението на логистичните системи в сферата на търговията с бързооборотни продукти. В Иновации, устойчивост и технологии в логистиката и веригите на доставки: Сборник с доклади от 14-та научна конференция по логистика и управление на веригата на доставките, проведена в УНСС, 28 октомври 2025 г. (с. 215-222). София: Академично издателство - УНСС. [101**01]**
https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=1412145

Резюме: В търговията с бързооборотните стоки (FMCG) наситената конкурентна среда изисква внедряването на авангардни и интегрирани технологични решения за постигане на ефективно управление на веригата за доставки. Технологичният прогрес позволява на компаниите да управляват по-добре стоковите си запаси, да следят търсенето в реално време и чрез оптимизации да намаляват оперативните разходи. Внедряването на дигитални инструменти осигурява конкурентно предимство чрез ускоряване на процесите и намаляване на човешките грешки. Докладът цели да предостави систематизиран преглед на някои актуалните технологии и тяхното въздействие върху управлението на логистичните системи в сектора на FMCG.

Ключови думи: логистика, FMCG, ERP, WMS, SCM, ефективност

Abstract: In the fast-moving consumer goods (FMCG) industry, the intense competitive environment requires the implementation of cutting-edge and integrated technological solutions to achieve effective supply chain management. Technological progress allows companies to better manage their inventory, monitor demand in real time and reduce operating costs through optimization. The implementation of digital tools provides a competitive advantage by accelerating processes and reducing human errors. The report aims to provide a systematic overview of some current technologies and their impact on the management of logistics systems in the FMCG sector.

Keywords: logistics, FMCG, ERP, WMS, SCM, efficiency